

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambar Umum Objek Penelitian



Gambar 3.1 Restoran Dailycious

Sumber: Data Peneliti (2024)

Restoran Dailycious di Bengkulu berdiri pada tanggal 7 April 2018, Owner Amanda restoran Dailycious mempunyai keinginan untuk membuka restoran ini sudah sejak tahun 2004, tetapi owner mempunyai anak-anak yang masi kecil jadi cita-cita untuk membuka restoran diundur dikarenakan juga belum diizinkan oleh suami owner. Tidak hanya itu tetapi owner juga mengalami putus asa pada tahun itu dengan adanya kendala ide makanan-makanan yang ada di Bengkulu karena sudah berada didalam restoran lain. Hari demi hari, bulan demi bulan, tahun demi tahun tercapailah pada tahun 2018 terlintas lagi dengan keinginan membuka restoran akhirnya dikenalkanlah restoran Dailycious, kenapa dinamakan Dailycious? Supaya konsumen dapat mengingatnya dengan mudah dan setiap pelanggan memakan makanan enak pelanggan akan mengatakan delicious, supaya hal ini dapar kena di hati Masyarakat kota Bengkulu terciptalah nama Dailycious.

Tantangan didalam restoran paling berat yaitu saat menentukan menu apa yang akan dijual untuk para pelanggan, tanpa menyerah akhirnya dapatlah ide makanan yang akan dijual kepada pelanggan dengan adanya kerja sama dengan pihak ke 2, tidak hanya itu tetapi ide – ide konsep desain pun juga menggunakan konsep kekinian yang membuat restoran menjadi nyaman dan bisa digunakan untuk foto estetik. Akhirnya berdirilah Dailycious café resto pada Tahun 2018 dengan slogan *ALL THINGS DELICIOUS*.



Gambar 3.2 Suasana Restoran Dailycious

Sumber: Data Peneliti (2024)

Pada gambar 3.2 dapat dilihat bahwa suasana Restoran Dailycious nyaman dan menarik jika dilihat dari tempat duduk dan dekorasinya, serta membuat pelanggan merasa nyaman jika berada di dalam restoran Dailycious tersebut. Persediaan tempat duduk yang lumayan banyak, sehingga pelanggan dapat dengan mudah untuk memilih tempat yang sesuai dan nyaman. Karena terdapat tempat duduk yang cukup luas, pelanggan dapat mengajak keluarga maupun kerabat terdekat untuk makan di restoran Dailycious.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAILYCIOUS
Menu
All Things Delicious



Aneka Nasi

NASI COMBO FISH	12K
NASI COMBO CHICKEN	20K
NASGOR SAPI CABE-RO	10K
NASGOR JAWA	10K
NASGOR SEAFOOD	15K
NASI GORENG KCO	5K

Ricobowl

BEEFY RICE	11K
CHICKY BROOM	10K
MOZARU CHICKEN BEEF SEAFOOD	17K



Nasi Bakar

NASI BAKAR KOMPLIT AYAM	12K
NASI BAKAR KOMPLIT EMPAL	11K
NASI BAKAR AYAM CABE-RO	10K
NASI BAKAR AYAM BAWANG	10K
NASI BAKAR TUNA PEDAS	10K

All Things Delicious

WESTERN FOOD

 CHICKEN STEAK Rp. 33,000	 CARBONARA Rp. 30,000
 BEEF STEAK Rp. 43,000	 BOLOGNESE Rp. 25,000

DESSERT

18K TRIPLE ICE CREAM	18K WAFFLE STROBERI
25K MONSTER LAVA	18K WAFFLE BANANA
18K PISANG GORENG MADU	18K CLASIC FRENCH TOAST



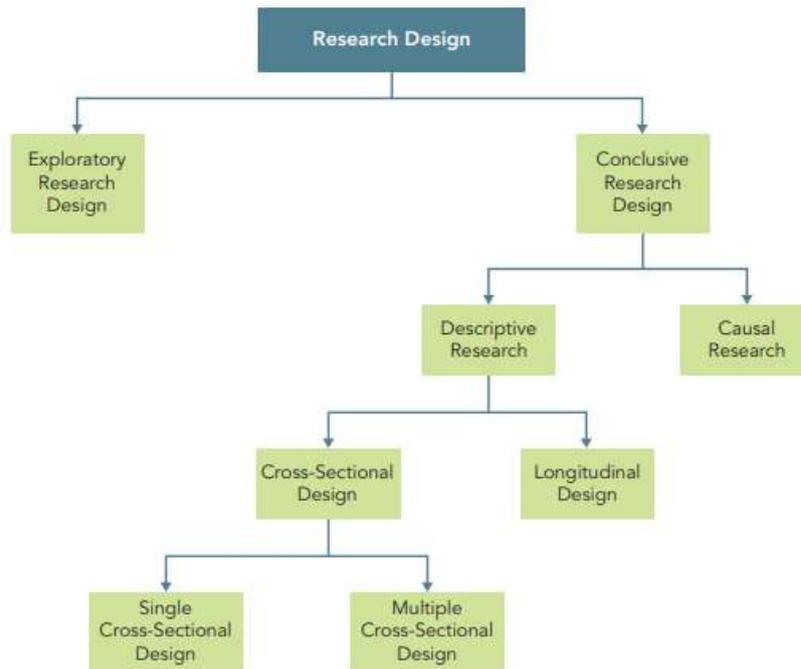
Gambar 3.3 Menu Restoran Dailycious

Sumber: Data Peneliti (2024)

Restoran Dailycious menciptakan menu yang bervariasi untuk dapat dicoba oleh pelanggannya. Selain itu, dengan banyaknya pilihan menu pelanggan bisa merasa fleksibel terhadap selera mereka didalam restoran dailycious, mulai dari makanan berat hingga makanan ringan.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020) mengatakan bahwa desain penelitian adalah kerangka kerja untuk melakukan riset pemasaran. Dalam desain penelitian ini prosedur ditentukan untuk memperoleh informasi dan berguna untuk memecahkan permasalahan di dalam pemasaran. Desain penelitian terdiri dari dua tipe yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design* (Malhotra, 2020).



Gambar 3.4 Desain Penelitian

Sumber: Malhotra (2020)

3.2.1 *Exploratory Research Design*

Menurut Malhotra (2020) bahwa *Exploratory Research Design* bertujuan untuk memberikan ilmu dan pemahaman yang berhubungan dengan keadaan permasalahan yang sedang di hadapi peneliti.

3.2.2 *Conclusive Research Design*

Menurut Malhotra (2020) bahwa *Conclusive Research Design* bertujuan untuk membantu membuat keputusan untuk menentukan, mengkaji dan memilih tindakan yang baik saat berada disituasi tertentu. *Conclusive Research Design* terbagi menjadi dua yaitu *Descriptive Research* dan *Causal Research* (Malhotra, 2020).

3.2.2.1 *Descriptive Research*

Menurut Malhotra (2020) *Descriptive Research* merupakan jenis penelitian yang bersifat konklusif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu karakteristik pasar dan kegunaannya. *Descriptive Research* terbagi menjadi dua yaitu *Cross-Sectional Design* dan *Longitudinal Design*.

3.2.2.1.1 *Cross-Sectional Design*

Menurut Malhotra (2020) *Cross-Sectional Design* merupakan desain penelitian yang menyertakan pengumpulan informasi dari sampel populasi tertentu. *Cross-Sectional Design* terbagi menjadi dua yaitu *Single Cross-Sectional Design* dan *Multiple Cross-Sectional Design*.

3.2.2.1.1.1 *Single Cross-Sectional Design*

Menurut Malhotra (2020) *Single Cross-Sectional Design* merupakan satu sampel responden yang hanya diperoleh satu kali dalam pengambilan populasi target dan informasi.

3.2.2.1.1.2 *Multiple Cross-Sectional Design*

Menurut Malhotra (2020) *Multiple Cross-Sectional Design* merupakan dua atau lebih sampel responden yang hanya diperoleh satu kali dalam pengambilan populasi target dan informasi.

3.2.2.1.2 *Longitudinal Design*

Menurut Malhotra (2020) *Longitudinal Design* merupakan jenis desain penelitian yang menyertakan sampel berdasarkan elemen populasi yang diukur secara berulang kali. Desain penelitian

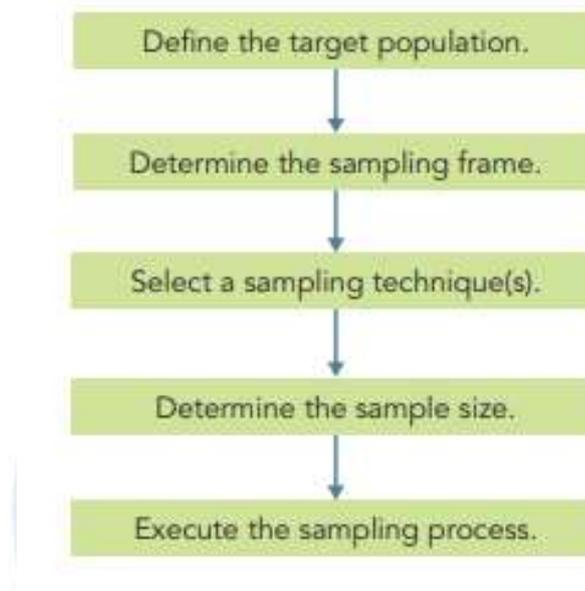
ini akan tetap sama dari waktu ke waktu, sehingga memperlihatkan keadaan dan perubahan yang dialami dari waktu ke waktu.

3.2.2.2 Causal Research

Menurut Malhotra (2020) *Causal Research* merupakan jenis penelitian yang bersifat konklusif untuk memperoleh bukti terkait hubungan sebab akibat yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian Malhotra (2020) tersebut, peneliti menggunakan *Conclusive Research Design* karena dengan desain penelitian ini peneliti dapat memperoleh hubungan antar variabel yang saling berpengaruh pada variabel behavioural intention terhadap restoran Dailycious di Bengkulu. Kemudian peneliti memilih *Descriptive Research* karena peneliti mencari responden yang mengetahui, pernah membeli, dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu dengan menggunakan metode kuantitatif. Selanjutnya *Cross-Sectional Design* pada *Single Cross-Sectional Design* karena peneliti ingin mendapatkan data hanya dengan satu kali dan dikumpulkan melalui survey menggunakan kuesioner.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian



Gambar 3.5 Proses Desain *Sampling*

Sumber : Malhotra (2020)

Menurut Malhotra (2020) sampel merupakan sub kelompok yang berada di dalam elemen populasi yang akan dipilih agar dapat berpartisipasi didalam penelitian. Proses desain *sampling* terdapat 5 langkah, langkah-langkah ini sudah terkait erat dan juga sesama relevan yang pertama yaitu *Define the target population, determine the sampling frame, select a sampling technique, determine the sample size.*

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (2020) populasi merupakan gabungan elemen yang dibagi menjadi karakteristik umum, untuk mencari dan mendata tujuan masalah pemasaran. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan Perempuan yang mengetahui, pernah membeli, dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu.

3.3.2 Sampel

3.3.2.1 *Sampling Unit*

Sampling Unit yang berisikan elemen dari populasi dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria yang telah ditentukan yaitu yang mengetahui, pernah membeli, dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu.

3.3.2.2 *Sampling Frame*

Menurut Malhotra (2020) *Sampling Frame* merupakan elemen yang berasal dari populasi. *Sampling Frame* ini terdiri dari seperangkat petunjuk seperti daftar yang berguna untuk mengidentifikasi populasi. Dalam penelitian ini tidak menggunakan *Sampling Frame*. Karena peneliti tidak memiliki data populasi yang digunakan pada responden.

3.3.2.3 *Sampling Technique*

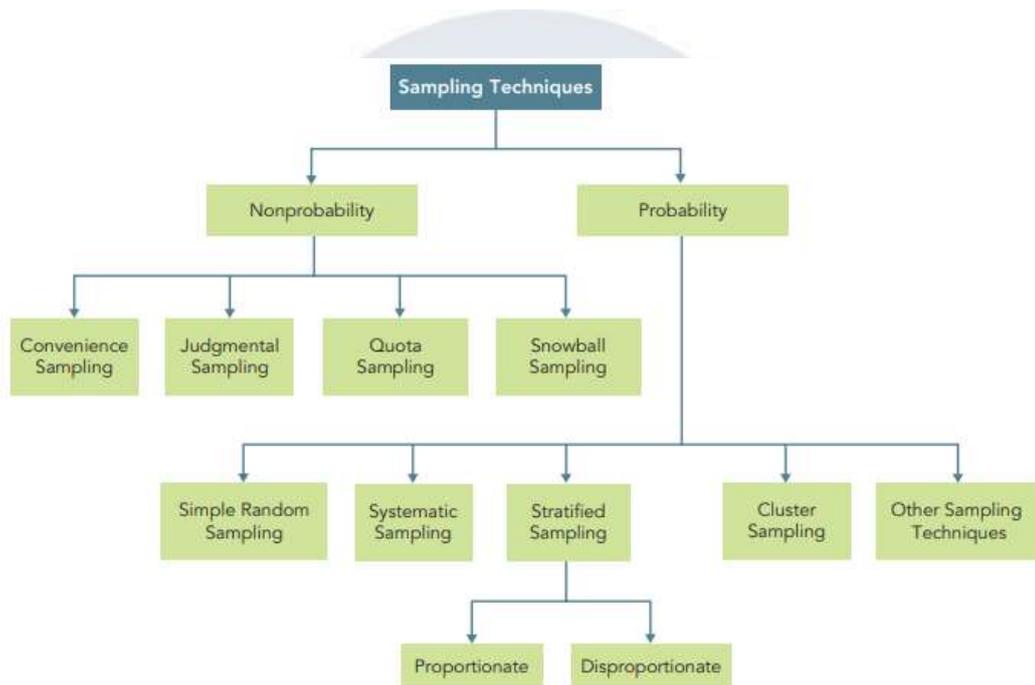
Menurut Malhotra (2020) *Sampling Technique* bersifat luas karena Teknik yang digunakan yaitu pendekatan pengambilan sampel Bayesian atau tradisional dan untuk 2 jenis pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* dan *probability sampling*.

3.3.2.3.1 *Nonprobability Sampling*

Nonprobability Sampling merupakan pengambilan sampel yang tidak menggunakan kenyamanan dan juga penilaian pribadi dari peneliti.

3.3.2.3.2 Probability Sampling

Probability Sampling merupakan pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi mempunyai peluang probalistik yang akan tetap digunakan untuk sampel.



Gambar 3.6 Teknik Sampling

Sumber : Malhotra (2020)

Nonprobability terbagi menjadi 4 bagian yaitu: *Convenience Sampling*, *Judgmental Sampling*, *Quota Sampling*, dan *Snowball Sampling*

1. *Convenience Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Convenience Sampling* merupakan pengambilan sampel untuk mendapatkan elemen yang sesuai, sampel ini dapat menghemat waktu dan biaya serta mudah diakses.

2. *Judgmental Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Judgmental Sampling* merupakan pengambilan sampel yang mudah dikarenakan pemilihan populasi dipilih secara sengaja berdasarkan penilaian yang sudah disediakan oleh peneliti.

3. *Quota Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Quota Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang terdiri dari dua tahap yaitu tahap pertama terdiri dari jumlah kuota berdasarkan faktor populasinya, tahap kedua yaitu faktor populasi ditentukan berdasarkan penilaian dari peneliti.

4. *Snowball Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Snowball Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang Dimana responden awal akan memilih secara acak tetapi responden selanjutnya akan diberi informasi dan rujukan oleh responden awal.

Probability terbagi menjadi 4 yaitu: *Simple Random Sampling*, *Systematic Sampling*, *Stratified Sampling*, dan *Cluster Sampling*

1. *Simple Random Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Simple Random Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang Dimana faktor pengambilan memiliki probabilitas yang diketahui yang sama, setiap faktor akan dipilih secara independent dari setiap faktor dengan secara acak.

2. *Systematic Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Systematic Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel dipilih melalui titik awal yaitu secara acak dan kemudian akan dipilih untuk setiap faktor secara berurutan dari kerangka sampel.

3. *Stratified Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Stratified Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang menggunakan dua Langkah untuk mempartisi menjadi subpopulasi, faktor-faktor dipilih dengan prosedur secara acak

4. *Cluster Sampling*

Menurut Malhotra (2020) *Cluster Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi eksklusif dan kolektif, subpopulasi atau kelompok saat sampel acak dipilih, cluster yang dipilih dimasukkan kedalam sampel yang diambil secara probalistik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik probability sampling pada metode Simple Random Sampling. Hal ini dikarenakan pemilihan sampel dipilih secara acak serta sampel yang sesuai akan dijadikan sebagai responden. Kriteria yang sesuai untuk di jadikan responden yaitu mengetahui, pernah membeli, tetapi tidak ingin membeli kembali di restoran Dailycious di Bengkulu.

3.3.2.4 *Sample Size*

Menurut Hair et al (2019) Sample size merupakan jumlah sampel yang digunakan berdasarkan jumlah indikator, dikali 5

sampai 10. Ukuran sampel yang diterima minimal mencapai 100 atau lebih dengan menggunakan Alpha 0.05 dan 0.01.

Sehingga jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti berupa:

$$\begin{aligned}\text{Total sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 24 \times 5 \\ &= 120\end{aligned}$$

Hal ini dapat disimpulkan bahwa peneliti membutuhkan 120 responden untuk dijadikan sampel pada penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2020) Teknik pengumpulan data terbagi menjadi dua bagian yaitu *primary data* dan juga *secondary data*.

3.4.1 *primary data*

Suatu data yang dibuat oleh peneliti untuk menguji tujuan tertentu yang akan mengatasi masalah penelitian yang khusus. Selain itu *primary data* mengeluarkan biaya yang besar dan memerlukan waktu yang bisa dikatakan cukup lama.

3.4.2 *secondary data*

Data yang bertujuan untuk mengumpulkan beberapa tujuan selain dari suatu masalah yang sedang dihadapi. Selain itu *secondary data* biasanya didapat di dalam internet dan juga buku.

Berdasarkan kedua data pada 3.4.1 dan 3.4.2 yaitu berisi tentang penjelasan *primary data* dan *secondary data*. Peneliti menggunakan kedua Teknik untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan *primary data* untuk mengumpulkan responden melalui kuesioner google form dan peneliti menggunakan *secondary data* untuk mengumpulkan informasi dan

pengetahuan melalui internet, buku, dan jurnal sebagai data pendukung untuk penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti.

3.5 Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Variabel dependen (endogenous)

Menurut Malhotra (2020) variabel endogen atau juga bisa disebut juga dengan variabel dependen ini adalah variabel yang bersifat laten, sehingga variabel ini akan bergantung pada variabel lain dikarenakan model variabel endogen ini bisa ditentukan oleh variabel lainnya, didalam variabel peneliti saat ini yaitu berupa Behavioural Intentions.

3.5.2 Variabel independent (exogenous)

Menurut Malhotra (2020) variabel exogen atau juga bisa disebut juga dengan variabel independen ini adalah variabel yang bersifat bebas laten, variabel ini tidak bisa dijelaskan kepada variabel lainnya, tetapi dengan adanya pengaruh eksternal. Didalam variabel peneliti saat ini yaitu berupa *Food Quality, Physical Environment Quality* dan *Employee Service Quality*.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Measurement	Scale
1.	<i>Food Quality</i>	Kualitas makanan adalah ciri khas produk didalam suatu produk makanan yang penting dalam	Restoran menawarkan makanan segar	Dailyicious makanan (2020)	Likert Scale (1-7)
			Aroma makanan di restoran sangat menggoda	Dailyicious (2020)	

		diterimanya produk tersebut oleh konsumen (Tanner 2016)	Penyajian makanan di restoran Dailycious secara visual menarik	Slack et al. (2020)	
			Menurut saya kualitas makanan di restoran dailycious konsisten	Yuliantoro et al. (2019)	
2	<i>Physical Environment Quality</i>	Adalah faktor restoran dengan memberikan pengalaman luar biasa dan memberikan suasana yang menyenangkan dan nyaman (Sayuti dan Setiawan, 2019).	Restoran Dailycious mempunyai desain interior yang menarik	Slack et al. (2020)	Likert Scale (1-7)
			Musik di restoran Dailycious enak didengar	Slack et al. (2020)	
			Ruang makan di restoran Dailycious bersih	Slack et al. (2020)	
			Menurut saya pencahayaan di restoran dailycious nyaman	Zhong and Moon (2020)	
3	<i>Employee Service Quality</i>	Merupakan kinerja karyawan yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan (Ray et al. 2005)	Karyawan di restoran Dailycious menyajikan makanan sesuai dengan yang saya pesan	Slack et al. (2020)	Likert Scale (1-7)
			Karyawan di restoran Dailycious memberikan layanan yang cepat	Slack et al. (2020)	
			Karyawan di restoran Dailycious selalu bersedia membantu saya	Slack et al. (2020)	
			Karyawan di restoran Dailycious membuat saya merasa nyaman	Slack et al. (2020)	

4	<i>Customer Perceived Value</i>	adalah kekayaan organisasi yang dapat memberi perhatian kepada pelanggan, agar dapat menyajikan produk dan jasa yang diharapkan (Bashir et al. 2019).	Restoran Dailycious memberikan harga yang sesuai	Slack et al. (2020)	Likert Scale (1-7)
			Pengalaman makan di restoran Dailycious sesuai dengan harga yang dikeluarkan	Slack et al. (2020)	
			Restoran Dailycious memberikan makanan yang baik dibandingkan dengan pilihan makanan restoran lain	Slack et al. (2020)	
			Restoran Dailycious menyediakan layanan pelanggan berkualitas tinggi	Uzir et al. (2020)	
5	<i>Customer Satisfaction</i>	Merupakan prioritas utama dalam strategi pemasaran (Uzir et al. 2020).	Secara keseluruhan, restoran Dailycious memberikan suasana hati yang baik untuk saya	Slack et al. (2020)	Likert Scale (1-7)
			Saya sangat menikmati keberadaan saya di restoran Dailycious	Slack et al. (2020)	
			Restoran Dailycious memenuhi harapan saya	Uzir et al. (2020)	
			Saya akan merekomendasikan Restoran Dailycious kepada orang lain	Uzir et al. (2020)	

6	<i>Behavioural Intentions</i>	Merupakan hal yang sangat bergantung pada tingkat kepuasan (Wahyuningsih, 2021)	Saya ingin kembali lagi ke restoran Dailycious di masa mendatang	Slack et al. (2020)	Likert Scale (1-7)
			Saya akan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali restoran Dailycious di masa mendatang	Slack et al. (2020)	
			Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang restoran Dailycious kepada orang lain	Slack et al. (2020)	
			Saya akan mendorong orang lain untuk mengunjungi restoran Dailycious	Slack et al. (2020)	

Sumber : Data Peneliti (2024)\

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji *Pre-Test*

Menurut Malhotra (2020) *Pretesting* adalah pengujian kuesioner pada sampel yang kecil yang bertujuan untuk menyempurnakan data, selain itu data yang ada juga akan diidentifikasi serta eliminasi masalah potensial. *Pretesting* dilakukan dan dikumpulkan melalui *Google form*.

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2020) Validitas perbedaan dalam skala skor yang mencerminkan perbedaan objek yang ada didalam karakteristik yang diukur bukan kesalahan sistematis, oleh karna itu uji validitas berfungsi untuk mengukur kuesioner akan bersifat sah atau tidak, uji validitas akan terbagi menjadi tiga bagian yaitu *content validity*, *criterion validity* dan *construct validity*.

1. *Content Validity*

Evaluasi terdiri dari subjektif tetapi evaluasi yang bersifat sistematis dari isi skala untuk pengukuran yang ada didalam kuesioner, oleh karena ini evaluasi *content validity* akan mengukur seberapa baik isi dari skala yang akan digunakan kepada pengukuran.

2. *Criterion validity*

Evaluasi ini untuk mengukur kinerja agar sesuai apa yang diharapkan dalam kaitannya dengan variabel lain.

3. *Construct Validity*

Validitas yang menjawab tentang konstruk atau karakteristik apa yang diukur kepada skala tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa peneliti memilih *Construct Validity* pada uji *pre-test*. Peneliti akan menggunakan Teknik ini untuk mengukur Tingkat signifikansi didalam suatu variabel.

Pada tabel 3.2 merupakan syarat pengukuran uji validitas menurut Malhotra (2020) dengan menggunakan uji faktor analisis yang terdiri dari *KMO (Kaiser Meyer-Olkin)*, *Bartlett's test of sphericity*, *Anti-image Correlation Matrix* dan *Factor Loading of Component Matrix*.

Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas (SPSS)

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang Dirasakan
1.	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy</i>	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i> adalah suatu indeks yang akan dipakai untuk kelayakan analisis.	$KMO \geq 0.5$ menyatakan analisis faktor valid. $KMO < 0,5$ menyatakan analisis faktor tidak valid.
2.	<i>Bartlett's test of sphericity</i>	<i>Bartlett's test of sphericity</i> bertujuan untuk melihat variabel pada hipotesis tidak memiliki korelasi terhadap populasi.	Nilai signifikan $< 0,05$ yang memperlihatkan hubungan yang signifikan pada setiap variabel
3.	<i>Anti-image Correlation Matrix (MSA-Measure of Sampling)</i>	Alat yang berguna untuk melakukan pengukuran dan matrix kolerasi pada tiap variabel.	Nilai $MSA \geq 0,5$ menyatakan data valid. Nilai $MSA < 0,5$ menyatakan data tidak valid.
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Merupakan alat untuk mengukur hubungan sederhana antara variabel dan faktor yang digunakan.	Nilai faktor $\geq 0,5$ signifikan. Semakin besar nilai maka akan semakin

			berdampak baik untuk variabel.
--	--	--	--------------------------------

Sumber: Malhotra (2020)

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2019) uji reliabilitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengukur suatu variabel. Pengukuran harus diukur secara konsisten dan saling berkaitan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan dapat mengukur hal yang sama. Menurut Hair et al. (2019) berikut adalah syarat pengukuran pada uji reliabilitas.

Tabel 3.3 Syarat Uji Reliabilitas (SPSS)

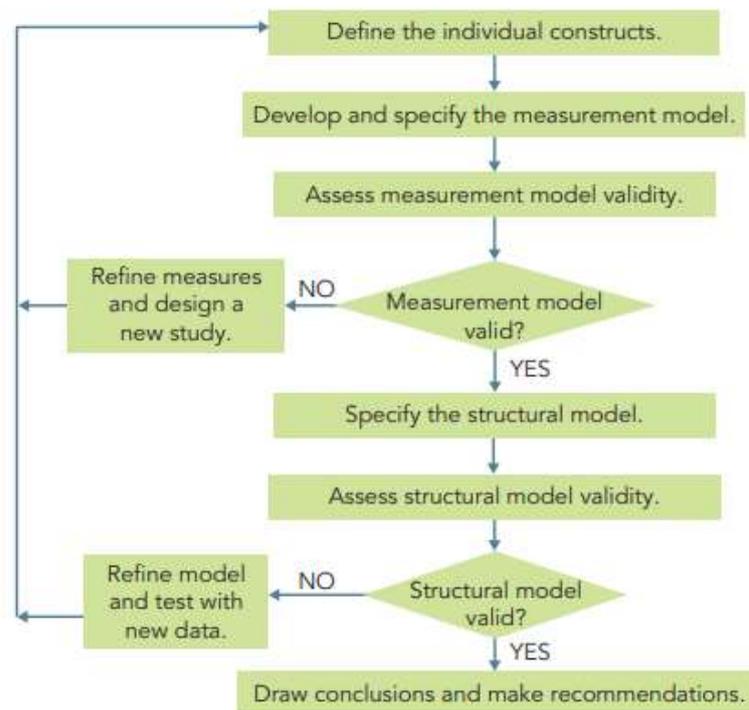
Kategori	Indeks	Syarat Reliabilitas
<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Cronbach's alpha</i> > 0,7

Sumber: Hair et al. (2019)

3.6.3 Analisis Data Penelitian

3.6.3.1 *Structural Equation Modeling* (SEM)

Menurut Malhotra (2020) *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan sebuah prosedur yang akan menganalisa sebuah ketergantungan hubungan antara konstruk, beberapa variabel akan diukur dan akan digabungkan kedalam model. Menurut Malhotra (2020) *Structural Equation Modeling* (SEM) akan membantu pengukuran dan juga menguji variabel, pada saat menggunakan SEM akan diawali dengan *construct individual*, spesifikasi model pengukuran, model pengukuran akan di validitas, model structural digunakan yang akan bersifat *valid*, kesimpulan yang akan diberikan dan memberikan rekomendasi jika model dinyatakan *valid*.



Gambar 3.7 Proses *Structural Equation Modeling*

Sumber: Malhotra (2020)

3.6.3.2 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

- ***Convergent Validity***

Menurut Malhotra (2020) *Convergent Validity* merupakan pengukur sejauh apa skala berpengaruh dengan ukuran lain dari konstruk lainnya. Dengan adanya *Convergent Validity* akan membantu pengukuran *outer loadings* yaitu hubungan setiap antara variabel dan faktor. Peneliti harus mendapatkan besarnya *outer loadings* dan *average variance extracted (AVE)*. nilai yang ideal untuk *outer loadings* $\geq 0,7$ atau lebih tinggi sementara nilai yang ideal untuk *average variance extracted (AVE)* yaitu $\geq 0,5$.

- ***Discriminant Validity***

Menurut Malhotra (2020) *discriminant validity* merupakan desain validitas yang akan menilai sejauh mana suatu hubungan yang tidak sesuai dengan desainnya yang seharusnya berbeda. Menurut (Hair et al.,2019)Sebelum pengukuran *discriminant validity* awalan yang harus diukur pertama yaitu *Cross Loadings* dan *Fornell-Larcker Criterion*, untuk pengukuran *Cross Loadings* $\geq 0,7$.

3.6.3.3 Kecocokan Model Pengukuran (*Inner Model*)

Tujuan *inner model* yaitu untuk memastikan seluruh indikator yang sudah ada di dalam kuesioner dapat diukur secara baik independent dan dependen.

- ***T-statistic (One Tailed)***

Menurut (Hair et al 2019) *T-statistic* menjadi alat untuk mengukur agar mengetahui setiap variabel signifikan dengan Tingkat signifikan sebesar 5%.

- ***R² Coefficient of Determination***

Menurut (Hair et al 2019) R^2 berguna untuk memperhitungkan jumlah endogen yang sudah termasuk didalam persamaan didalam ukuran sampel.

- ***Q² (cross validated redundancy)***

Menurut (Hair et al 2019) Q^2 adalah alat ukur untuk mengetahui seberapa baik suatu model berjalan.

- ***F² (effect size)***

F^2 digunakan untuk memperkirakan populasi yang sedang diteliti memiliki keterkaitan.

3.7 Testing Structural Relationship

Validitas model secara teoritis akan diukur untuk memenuhi syarat berikut:

- Koefisien standar memiliki nilai ≥ 0 untuk memperlihatkan hubungan positif antara hipotesis, dan juga jika angka menunjukkan ≤ 0 dengan adanya angka negative
- Nilai P-Value harus $< 0,05$, akan menunjukkan pengaruh signifikan antar hipotesis yang sudah didukung oleh data-data yang ada
- T-value memiliki nilai yang menunjukkan $> 1,96$ untuk memastikan data valid antar statistik model (Hair et al. 2019)

